

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RITEL *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Konsumen Shopee Di Pandaan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi



Oleh :

Enis Dwi Lestari
201410160311368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RITEL *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Konsumen Shopee Di Pandaan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Ekonomi



Oleh :

Enis Dwi Lestari
201410160311368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2018**

SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RITEL E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Pandaan)

Oleh :

Enis Dwi Lestari
201410160311368


Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Oktober 2018

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,




Dr. Widayat, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Idan Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RITEL E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Pandaan).

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Enis Dwi Lestari
NIM : 201410160311368
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Oktober 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.
Penguji II : Drs. Noor Aziz, M.M.
Penguji III : Dr. Widayat, M.M.
Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

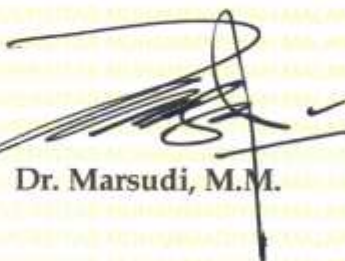
1. 
2. 
3. 
4. 



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Manajemen – Akuntansi – Ilmu Ekonomi Pembangunan – D-III Keuangan dan Perbankan
(Terakreditasi)

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Telp. 0341-464318, Psw. 211-215, Fax 0341-460435
Website: <http://feb.umm.ac.id> Email: feb@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 20 Oktober 2018

Tempat : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

Nama : Enis Dwi Lestari
No. Induk : 201410160311368
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI RITTEL
E-COMMERCE SHOPEE

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dra. Baroya Mila Shanty, M.M.	76	
2.	Drs. Noor Azis, M.M.	76	
3.	Dr. Widayat, M.M.	76	
4.	Dr. Eko Handayanto, M.M.	78	

Nilai rata-rata : 76,5 / B+

Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus *)

Kategori : Layak / Tidak Layak *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Mengetahui

a.n. Dekan FEB-UMM,

Wakil Dekan I,

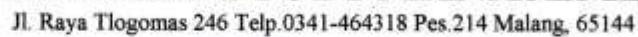
Dr. Widayat, M.M.

Malang, 20 Oktober 2018

Ketua Tim Penguji,

Dra. Baroya Mila Shanty, M.M.

Ket: *) Coret yang tidak perlu




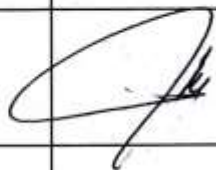






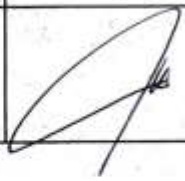


No.	Perubahan-Perubahan yang Harus Dilakukan	Halaman	Keterangan
1	Printout / pengisian gambar tabel		
2	Definisi minat beli ulang. def. op var. kepuasan		

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI/LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : ENIS DWI Lestari
 NIM : 201410160311360
 Program Studi : Manajemen
 Bimbingan Mulai : _____
 Judul Skripsi/ : _____
 Lap. TA : _____

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1	30/09-18	konsultasi judul		
2	03/5-18	Acc judul pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen thdp minat beli ulang ttdl e-commerce		
3	6/6-18	Revisi latar belakang		
4	23/7-18	konsultasi - catatan kafi sarah		
5	30/7-18	Tambahkan dasar teorinya		
6	3/8-18	Acc seminar proposal		
7	23/8-18	revisi kuisisioner Perbaiki kalimat, perbaiki S.P.O.K		
8	23/9-18	Acc kuisisioner utk diujikan pada sampel kecil 30-40		

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Enis Dwi Lestari**
NIM : **201410160311368**
Program Studi : **Manajemen**
Surel : enissdl@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 10 Oktober 2018

Yang Membuat Pernyataan,



Enis Dwi Lestari

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Ritel *e-commerce* Shopee” ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah pada junjungan kita Rasulullah SAW yang telah membawa ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari hambatan serta kesulitan. Namun, dalam penyusunan tugas akhir ini saya berusaha memberikan yang terbaik, saya menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang saya miliki. Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak khususnya dosen pembimbing yang memberikan solusi atas segala permasalahan tersebut sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan syukur dan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada yang terhormat di bawah ini :

1. Dr. Hj. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. H. Marsudi, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

3. Dr. Eko Handayanto, M.M, dan Dr. Widayat, M.M yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat untuk penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Baroya Mila Shanty, SE. M.M, selaku dosen wali kelas Manajemen G 2014 yang telah bersedia mendidik dan mendampingi saya selama perkuliahan ini.
5. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan banyak wawasan serta ilmu pengetahuan.
6. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya Senan dan Ni'ami yang selama ini sudah mendidik dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, tiada pernah lelah bekerja keras dan berdoa untuk keberhasilan anak-anaknya serta tak pernah berhenti memberikan semangat dan dorongan moral maupun materi kepada saya dari awal mengenyam di dunia pendidikan hingga mendapatkan gelar sarjana.
7. Untuk kakak saya Eka Mega saya ucapkan terima kasih karena terus memberi semangat dan wejangan selama ini agar tak berputus asa untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Terima kasih kepada Okky Gloris Rakasiwi yang sudah menemani saya dalam 3 tahun terakhir ini dan tidak pernah berhenti untuk memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada Sahabat-sahabat seperjuangan Lutfi, Desi, Maya, Ridho, Marina Dan Novita, saya ucapkan terima kasih atas dukungan serta semangat yang diberikan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
10. Terima kasih kepada teman-teman penghuni kontrakan G.15 mba ayu dan mba sipo yang selalu berkumpul dan memberikan semangat untuk menyelesaikan kuliah ini hingga akhir.
11. Teman-teman seperjuangan yang sering mengerjakan tugas akhir bersama-sama Agung, Evan, Suma, Akmal, Alif dan semua teman-teman squad OS, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.
12. Terima kasih kepada keluarga Manajemen G 2014 atas kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat ditulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak / Ibu / Saudara/i pasti akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini memiliki banyak manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, 10 Oktober 2018

Enis Dwi Lestari

DAFTAR ISI

Abstrak	i
<i>Abstract</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
B. Kerangka Pikir	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Lokasi Penelitian.....	20
B. Jenis Penelitian.....	20
C. Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	21
D. Definisi operasional	22
E. Pengukuran Variabel.....	23
F. Jenis dan Sumber Data.....	24
G. Teknik Pengumpulan Data.....	24
H. Uji Instrumen Penelitian	25
I. Teknik Analisis Data.....	27
J. Uji Asumsi Klasik	29
K. Uji Hipotesis.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Karakteristik Responden	33
B. Uji Instrumen Penelitian	35
1. Uji Validitas.....	35

2. Uji Reliabilitas.....	37
C. Hasil Analisis	38
1. Analisis Data Rentang Skala	38
1) Kepuasan (X1).....	38
2) Kepercayaan konsumen (X2)	40
3) Minat Beli Ulang (Y).....	42
2. Analisis Regresi Berganda	43
D. Uji Asumsi Klasik Dan Uji Hipotesis	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolinearitas	46
3. Uji Heteroskedastisitas	47
4. Uji Autokorelasi	48
5. Uji Hipotesis.....	49
E. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi dan Indikator	22
Tabel 3.2 Skala Likert	24
Tabel 3.3 Rentang Skala	28
Tabel 4.1 Identitas Responden	33
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.5 Analisis Rentang Skala Kepuasan (X1)	38
Tabel 4.6 Analisis Rentang Skala Kepercayaan Konsumen (X2).....	40
Tabel 4.7 Analisis Rentang Skala Minat Beli Ulang (Y).....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Auto Korelasi Durbin-Watson.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	50
Tabel 4.12 Analisis Determinasi (<i>R square</i>).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	15
Gambar 4.1 Grafik Normal <i>Probabillity Plot</i>	46
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Presepsi Konsumen

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Tabel Regresi



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Grienda. 2011. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada Minat Pembelian Ulang (Study pada konsumen Toserba Luwes Palur). Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Barnes, J. G. 2008. *Secrets of Customer Relationship Management*. ANDI. Yogyakarta
- Barnes, James, G. 2003. *Establishing Meaningful Customer Relationships: Why some companies and brands mean more to their customers. Managing Service Quality*. Vol.13 No. 3. 178-186.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta. Erlangga
- Eka., W & Dorojatun., P. 2017. Pengaruh Penanganan Kegagalan Layanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Management Analysis Journal* 6
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *diponegoro journal of management* volume 2, nomor 3, tahun 2013, halaman 1-11
- Fasochah & Harnoto. 2013. Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Rs Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* - ISSN 0853 – 8778 No. 34 / Th. XX / April 2013

- Febby Gita Cahyani. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 3, Maret 2016.
- Ferdinand, Augusty. 2002. "Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah Studi Pendahuluan". Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol.1, No.1, (Mei), p. 107- 119.
- Ferdinand, A. 2002. "*Structural equation modeling* dalam penelitian manajemen." Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Five Sulistiyani Rosannah. 2014. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Merek Pada Niat Membeli Ulang (PT Prima Putra Laksana Cilacap). Jurnal Siasat Bisnis Vol. 18 No. 1, Januari 2014 hal 63-80.
- Fornell, C. (1992) A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Journal of Marketing, Vol. 56.
- Ghozali, I. 2011. Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS19. Edisi Lima. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hellier, Phillip K., Geursen Gus M., Carr Rodney A., & Rickard John A. 2003. *Customer Repurchase Intention. European Journal of Marketing*, 37 (11/12), pp: 1762-1800
- Hesti Octavia Pradipta. 2015. Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed di Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen .Volume 4, Nomor 7, Juli 2015.
- Hurriyati. 2010. Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur
- Ishak, A., dan Luthfi, Z. 2011, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi *Switching Costs*, Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 15, No. 1.

- Janatin, R., W. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kurma Pada PT Usaha Utama Bersaudara (Lawang Agung) Surabaya."
- Kevin Reno & I NyomanNurcaya. 2016. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Mediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Pembelian Ulang Tiket Pesawat Pada PT Jasa Nusa Wisata Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8, 2016: 4835-4864
- Kinncar, Thomas L & James R Taylor. 1995. Riset Pemasaran. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management, New Jersey: 11th Ed. Prentice Hall international edition*
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kusmayadi, Tatang. 2007. Pengaruh rela-tionship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan.
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, & Charles Kacmar. 2012. *Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. Information System Research*. Vol. 13, p334-359.
- Mochamad. 2011. Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank CIMB Niaga Di Surabaya. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas
- Molden, Srikandi & Edy Yulianto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas (Survei Pada Pelanggan Yang Menginap Di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 15 No. 2 Oktober 2014.

- Morgan, R.M. And Hunt, S.D. (1994), "The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing", Journal Of Marketing, vol. 58 no. 3, pp. 20-38.
- Noorhermaya., Y., A & Soesanto., H. 2016. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Pada Online Store Lazada.co.id) VOL. 5 No.3
- Prabowo., H., Darman & Eni., N. 2014. Analisis Kepercayaan Dalam C2c E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Pada Kaskus
- Putri Anggreni. 2015. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Pasar Umum Ubud. Volume 16, Nomor 2, Desember 2015.
- Putri, J., P. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Saptadi, M., R. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Intensitas Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Reza Wisata Tour & Travel.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, ` Kualitatif R&B. Bandung: Aflabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi 3. ANDI: Yogyakarta
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran : Aplikasi Software SPSS*. Malang, UMM Press